

## PENGARUH *INTERNAL PUBLIC RELATIONS* TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN

Studi *Path Analysis* Di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur

Qisthy Rabathy

### ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada masalah pokok, yaitu Motivasi Kerja Karyawan yang rendah pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Hal ini diduga dan disebabkan oleh belum dijalankannya Dimensi-dimensi *Internal Public Relations* secara menyeluruh pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pengaruh *Internal Public Relations* (X) yang terdiri dari tiga dimensi *Internal Public Relations* yang meliputi: Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y) sebesar -3,69%, Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y) sebesar 3,50%, Membangun Jaringan Komunikasi (X<sub>3</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y) sebesar 3,31%, Membantu Proses Restrukturisasi (X<sub>4</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y) sebesar 10,01%, Meningkatkan Rasa Memiliki (X<sub>5</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y) sebesar 13,71%, dan Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan (X<sub>6</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y) sebesar 23,68%. Sedangkan secara simultan, pengaruh *Internal Public Relations* (X) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y) berpengaruh secara signifikan sebesar 50,52%. Adapun pengaruh variabel lain (ε) diluar komunikasi persuasif terhadap efisiensi kerja pegawai (Y) sebesar 49,48%.

**Kata kunci:** *public relations, internal public relations, motivasi kerja*



## A. Pendahuluan

### 1. Latar Belakang

Kehidupan manusia di dalam organisasi merupakan bagian penting dalam rangka mengembangkan dirinya untuk melakukan pergaulan antara satu dengan yang lainnya. Organisasi merupakan alat atau wadah berkumpulnya orang dalam rangka melakukan interaksi untuk mengaktualisasikan diri dan mengembangkan kemampuannya sesuai dengan posisi yang dimilikinya. Dalam organisasi setiap orang akan menunjukkan kemampuannya dengan mengisi jabatan dan kedudukan sesuai dengan keahlian yang disandangnya, sehingga mampu mengembangkan dirinya seoptimal mungkin.

Eksistensi manusia melalui organisasi ditujukan agar manusia dapat mengkoordinasikan sejumlah besar tindakan-tindakan untuk menciptakan alat-alat sosial yang ampuh dan dapat diandalkan. Sebab itu, di dalam organisasi setiap orang mampu menggabungkan sumber daya yang dimilikinya dengan didukung sumber-sumber daya lain di luar organisasi, kelompok pekerja atau tenaga ahli mesin dan bahan mentah menjadi satu. Pada saat bersamaan, organisasi secara terus menerus berfungsi dan

berusaha menyesuaikan dirinya sesuai dengan tujuan yang diharapkan agar tercapai secara optimal.

Hubungan antar elemen organisasi dapat terjalin, jika komunikasi antara pimpinan dan bawahan tercipta dengan baik. Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju baik dari bidang ilmu pengetahuan dan teknologi maka kebutuhan akan informasi dirasakan sebagai hal yang sangat penting bagi sebagian masyarakat.

Salah satu kegiatan untuk menginformasikan berbagai hal dalam suatu organisasi itu dilakukan oleh *Public Relations* atau humas. Kegiatan humas yang dikonseptualisasi dan dioperasionalisasi oleh sebuah organisasi, meskipun pada hakikatnya mempunyai persamaan, dalam hal-hal tertentu memiliki perbedaan-perbedaan yang disebabkan oleh jenis organisasi yang memang berbeda. Ruang lingkup humas umumnya dibagi berdasarkan jenis organisasi yang pada garis besarnya adalah humas pemerintah, humas perusahaan dan humas internasional.



Istilah perusahaan disini mengacu pada organisasi yang dengan manajemennya berorientasi untuk memperoleh profit (keuntungan) baik yang berbentuk *business, company, firm, agency*, dan lain-lain. Oleh karena perusahaan merupakan organisasi yang memiliki kekhasan dalam sifat, fungsi dan tujuannya, maka humas perusahaan mempunyai kekhasan pula meskipun dalam aspek-aspek tertentu terdapat kesamaan dengan jenis-jenis humas lainnya.

Humas perusahaan terdiri dari 2 macam, yang pertama adalah humas eksternal publik yang bertugas menjalin hubungan di luar organisasi, instansi atau perusahaan yang harus diberikan penerangan untuk membina hubungan baik. Sedangkan humas internal adalah khalayak atau publik yang menjadi bagian dari kegiatan usaha pada suatu organisasi. Dalam suatu perusahaan public relations internal mempunyai tugas menjalin hubungan antara karyawan dengan atasan dan karyawan dengan karyawan lainnya, karena salah satu penggerak utama dari perusahaan adalah karyawan. Kesuksesan perusahaan tergantung pada orang yang bergerak dibelakangnya. Hubungan yang baik dengan karyawan dapat menciptakan

iklim kerja yang kondusif, dimana dengan iklim yang kondusif tadi produktivitas karyawan akan meningkat.

Tugas-tugas *internal public relations* dalam suatu perusahaan meliputi mengkomunikasikan kebijakan direksi, menjelaskan perubahan kebijakan direksi, membangun jaringan komunikasi, membantu proses restrukturisasi, meningkatkan rasa memiliki, dan membantu terciptanya budaya perusahaan.

Mengkomunikasikan apa yang menjadi visi perusahaan kepada karyawan akan memberikan pemahaman bagaimana mereka bekerja dan apa yang harus dicapai adalah tugas humas perusahaan. Dan sebaliknya humas juga memberikan pengertian kepada para pemimpin perusahaan bersama manajemen terhadap kepentingan karyawan seperti tingkat kesejahteraan mereka. Disamping itu motivasi karyawan akan bertambah jika diberi *reward* atas prestasinya. Konflik antara karyawan dengan manajemen dan pemimpin perusahaan akan semakin rendah jika ada hubungan yang baik antar keduanya.

Diantara sekian banyak orang yang ada dalam perusahaan tersebut diperlukan orang-orang yang dianggap mampu untuk memotivasi para karyawan, karena sisi



yang penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan adalah memberikan motivasi kepada para karyawan agar dapat mencapai hasil kerja yang maksimal.

Pemberian motivasi dimaksudkan sebagai dorongan dari humas untuk menimbulkan semangat bekerja kepada para karyawan agar bekerja sepenuh hati, sehingga pekerjaan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan tepat hasil dan tepat sasaran. Segi lain dari pentingnya motivasi ini untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan karyawan dengan kepentingan perusahaan agar kinerja karyawan tumbuh dan mencapai sasaran maksimal.

PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur merupakan perusahaan yang bergerak sebagai penyelenggara tol. Salah satu tugas yang dijalankan humas perusahaan adalah memotivasi karyawan agar dapat menciptakan iklim kerja yang kondusif, dimana dengan iklim kerja yang kondusif akan terjadi produktivitas karyawan yang semakin meningkat.

Berdasarkan indikator-indikator masalah tersebut, diduga ada faktor-faktor penyebab rendahnya motivasi dari humas perusahaan kepada karyawan yang disebabkan oleh kurang mampu dalam

menjalankan humas internal. Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi (1) Kurang mempunyai kebebasan dalam mengkomunikasikan kebijakan direksi dan manajemen kepada karyawan; (2) Kurang jelasnya informasi pelaksanaan tugas kepada karyawan.

## 2. Identifikasi Masalah

1. Berapa besar pengaruh *internal public relations* terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?
2. Berapa besar pengaruh dimensi mengkomunikasikan kebijakan direksi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?
3. Berapa besar pengaruh dimensi menjelaskan perubahan kebijakan direksi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?
4. Berapa besar pengaruh dimensi membangun jaringan komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk.



Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?

5. Berapa besar pengaruh dimensi membantu proses restrukturisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?
6. Berapa besar pengaruh dimensi meningkatkan rasa memiliki terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?
7. Berapa besar pengaruh dimensi membantu terciptanya budaya perusahaan terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur?

### 3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis besarnya pengaruh *internal public relations* terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
2. Menganalisis besarnya pengaruh dimensi mengkomunikasikan kebijakan direksi pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

3. Menganalisis besarnya pengaruh dimensi menjelaskan perubahan kebijakan direksi pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

4. Menganalisis besarnya pengaruh dimensi membangun jaringan komunikasi pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

5. Menganalisis besarnya pengaruh dimensi membantu proses restrukturisasi pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

6. Menganalisis besarnya pengaruh dimensi meningkatkan rasa memiliki pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

7. Menganalisis besarnya pengaruh dimensi membantu terciptanya budaya perusahaan pada PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

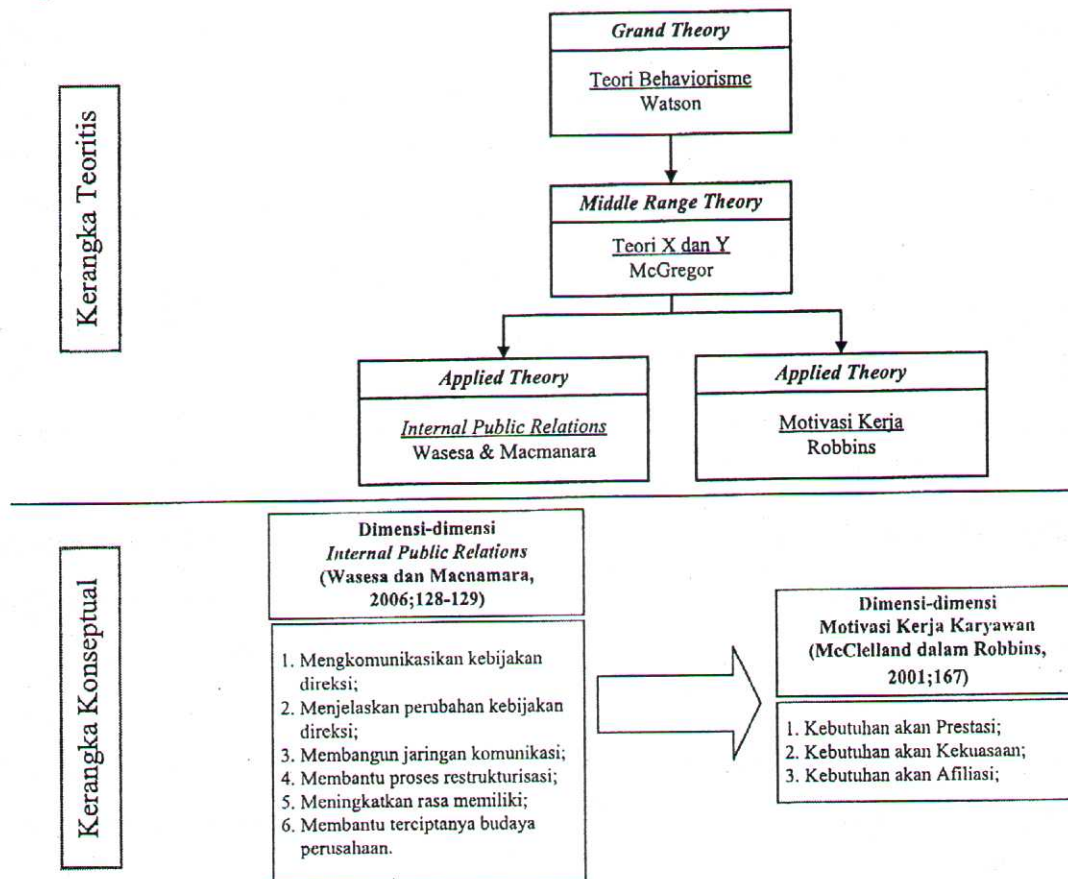
### B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

#### 1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini sebagai landasan teori yang dikembangkan untuk membahas variabel-variabel penelitian

dalam judul yang telah dikemukakan di muka. Uraian kerangka pemikiran dimulai dengan mendefinisikan variabel-variabel

yang dibahas, dimulai dari definisi dan prinsip-prinsip yang menjadi landasan teoritis dalam penelitian ini:



## 2. Hipotesis

1. *Internal Public Relations* berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
2. Dimensi mengkomunikasikan kebijakan direksi berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

3. Dimensi menjelaskan perubahan kebijakan direksi berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
4. Dimensi membangun jaringan komunikasi berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
5. Dimensi membantu proses restrukturisasi berpengaruh terhadap



motivasi kerja karyawan PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

6. Dimensi membantu meningkatkan rasa memiliki berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
7. Dimensi terciptanya budaya perusahaan berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan PT. Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

### C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Pemilihan metode ini didasarkan pertimbangan bahwa metode ini tidak hanya menjelaskan atau menggambarkan fakta empiris di lapangan tetapi juga akan menjelaskan analisis pengaruh hal ini didasarkan pada pendapat Singarimbun (1982:4) yang menyatakan bahwa “penelitian *explanatory* (penjelasan) atau *confirmatory research* menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis atau *testing research* yang telah dirumuskan sebelumnya”.

### D. Tinjauan Pustaka

#### 1. Lingkup Teori Behaviorisme

Perilaku manusia adalah sebagai suatu fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya. Sebagai gambaran pemahaman dari ungkapan tersebut, misalnya seorang tukang parkir yang melayani memarkir mobil atau motor, seorang tukang pos yang menyampaikan surat-surat, seorang mekanik yang bekerja dalam bengkel, seorang karyawan yang bekerja di suatu perusahaan, dan seorang manajer di sebuah kantor yang membuat keputusan. Orang-orang tersebut semuanya akan berperilaku berbeda satu sama lain, karena perilakunya ditentukan oleh masing-masing lingkungannya. Perilaku-perilaku tersebut termasuk ke dalam aliran behaviorisme.

Aliran tersebut hanya ingin menganalisis perilaku yang Nampak saja, dapat diukur, dilukiskan, dan diramalkan. Menurut Nina Syam, aliran Behaviorisme ini menyatakan bahwa, seluruh perilaku manusia selain insting merupakan hasil belajar. Belajar berarti perubahan perilaku organism akibat pengaruh lingkungan. Behaviorisme tidak ingin mempersoalkan apakah manusia itu baik atau buruk, rasional atau emosional. Aliran ini hanya ingin mengetahui bagaimana perilakunya



dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan. (2011:75-76).

Menurut Watson yang dikutip Nina Syam, menyatakan bahwa seluruh pengalaman dan pengamatan serta struktur dalam masyarakat pada akhirnya akan menjadi perilaku kita, sebab semua peristiwa yang besar dimulai dari peristiwa yang kecil. (2011:77)

Aliran behaviorisme ini menyatakan ada 3 asumsi dasar tentang manusia, yaitu: (1) perilaku manusia dianggap seperti mesin yang selalu berhubungan satu sama lainnya. (2) manusia pada dasarnya bersifat hedonistis (selalu mencari kesenangan dan menghindari kerugian). (3) manusia pada dasarnya seperti robot, lingkunganlah yang mengatur dan mengendalikannya. Disini masyarakat ingin memperoleh status quo. (2011:78)

## 2. Lingkup Teori X dan Y

Pendekatan perilaku menunjukkan bahwa perilaku individu itu bukan hanya sekedar merupakan fungsi dari imbalan ekonomis saja melainkan merupakan suatu produk yang kompleks dari kepribadian individu dan lingkungan atau iklim organisasi dimana seseorang bekerja. Pokok bahasan bagian ini akan menguraikan tentang kecenderungan-

kecenderungan teori manajemen perilaku dan konsep-konsep pendekatannya.

Menurut McGregor dalam suatu organisasi tradisional, dengan tugas-tugasnya yang sangat terspesialisasi, dan dengan pengambilan keputusan yang bersifat "*top-down*" merupakan refleksi dari asumsi dasar tertentu tentang manusia, yang kemudian dikenal sebagai "*theory X*". Teori X ini adalah pandangan bahwa kebanyakan manusia tidak menyenangi kerja dan tidak menyebarkan tanggung jawab, serta lebih suka diperintah. Bahwa manusia bukan dimotivasi oleh hasrat untuk melakukan pekerjaan dengan baik, melainkan oleh insentif finansial. Oleh karena itu kebanyakan manusia harus diawasi secara ketat dalam bekerja, dan dipaksa untuk mencapai sasaran organisasi. Sebagai alternatif dari teori X tersebut dikenal ada asumsi dasar lain tentang manusia, yang disebut dengan "*theory Y*". Dalam teori ini menganggap bahwa manusia dimotivasi oleh hasrat untuk melakukan pekerjaan dengan baik, dan oleh adanya kesempatan untuk bersahabat dengan orang lain, bukan hanya dimotivasi oleh imbalan finansial.

Dalam konteks teori X-Y McGregor dalam buku Himstreet dan Eny



yang dikutip oleh Yulianita menyebutkan teori X adalah untuk manajemen gaya tradisional dan teori Y untuk manajemen gaya baru:

1. *X Theory: Strong control, concern for the job to the exclusion of concern for the individual; motivation derived primarily from external incentives.*
2. *Y Theory: A balance between control and individual freedom. As the individual matures, the need for external motivation decreases; concern of management is for the individual first and the job second.* (Himstreet dan Eny, 1987:11 dikutip Yulianita)

### 3. Lingkup Internal Public Relations

Karyawan (pekerja) didalam sebuah perusahaan merupakan aset yang cukup penting, begitu juga *public relations*. Dalam dunia *public relations* dikenal hubungan masyarakat internal (*employee relations*), yaitu publik yang terdiri dari para pekerja (karyawan) menjadi bagian utama dari unit usaha, perusahaan atau instansi itu sendiri.

Menurut Jefkins yang dikutip Ruslan tentang *internal public relations*

adalah Hubungan publik internal tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait satu sama lain. (2006:271)

Hubungan kepegawaian atau *employee relations* tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses seperti produksi dan upah yang terkait dengan lingkungan kerja. Pengertiannya lebih dari itu karena hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antara karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dengan manajemen perusahaan yang efektif.

Pencapaian produktivitas bukan hanya merupakan hasil kerja keras dari pihak pekerjanya, tetapi juga berkaitan dengan hasil motivasi dan prestasi para pekerja yang bersedia untuk bekerja dengan penuh semangat, memiliki kebanggaan, disiplin yang tinggi, serta mampu mencapai standar kerja yang efisien dan efektif dalam hal pengeluaran tenaga, biaya, waktu dalam berproduksi. Keberhasilan pelaksanaan program kerja



PR dalam membina bagian *employee relations* tersebut, akan menghasilkan kualitas teknik produk barang atau jasa yang lebih baik atau dapat memberikan kepuasan terhadap pemakai atau pelanggan yang dapat meningkatkan citra perusahaan.

*Internal public relations* dalam mengelola *employee relations* yang merupakan salah satu sarana manajemen yang bersifat teknis dan praktis, humas internal seharusnya berupaya melakukan hubungan komunikasi yang efektif melalui keteladanan yang dimulai dari pihak atasan (pimpinan). Termasuk juga adanya komitmen bersama untuk melaksanakan budaya perusahaan sebagaimana yang telah digariskan bersama antara pihak pemilik dan manajemen perusahaan.

Karyawan atau pekerja merupakan aset yang cukup penting dalam suatu perusahaan. Nyatanya karyawan itu sendiri terkait erat dengan status atau kedudukan yang saling berbeda antara satu orang dengan yang lainnya, dan mempunyai perbedaan-perbedaan yang cukup mencolok. Misalnya dapat dilihat pada tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, pangkat, gaji, usia, dan lain-lain. Akan tetapi pada prinsipnya

karyawan tersebut memiliki keinginan yang sama terhadap pihak pimpinan atau perusahaan.

Pengertian publik internal (*public internal*) menurut Cultip and Center yang dikutip Ruslan, menyatakan; Publik internal dapat juga disebut hubungan masyarakat internal atau hubungan kepegawaian (*employee relations*) yang mempunyai arti sebagai sekelompok orang-orang yang sedang bekerja disuatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya. (2006:275)

Pengertian di atas berarti secara fungsional, tugas dan teknik pekerjaan diatur oleh pihak manajemen perusahaan. Pihak manajemen pula yang menentukan siapa yang ditunjuk sebagai pimpinan dan ada pihak lain yang bertindak sebagai bawahan. Kemudian ditetapkan pula persyaratan-persyaratan dan spesifikasi teknis tentang pekerjaan yang ditentukan secara jelas, teratur, tertib dan rinci dalam organisasi dalam perusahaan.

#### 4. Lingkup Motivasi Kerja

Motivasi atau dorongan dalam manajemen hanya ditujukan pada Sumber Daya Manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan



bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi karyawan agar secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.

Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja karyawan agar mereka mau bekerja keras dan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Pada dasarnya perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cakap dan terampil, tetapi yang penting mereka mau bekerja dengan giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang optimal. Kemampuan, kecakapan dan keterampilan karyawan tidak ada artinya bagi perusahaan, jika mereka tidak mau bekerja keras dengan mempergunakan kemampuan, kecakapan dan keterampilan yang dimilikinya.

Motivasi penting karena dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai prestasi kerja yang tinggi. Menurut Robbins menyatakan; Motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang dihadapi. Menurut Robbins, menyatakan definisi dari motivasi yaitu kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi

untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi beberapa kebutuhan individual.(2001:166)

Menurut Hasibuan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memotivasi karyawan agar dapat bekerja giat, bersemangat dan antusias, yaitu : (1) Apakah yang mendorong seseorang gairah bekerja. (2) Mengapa ada orang yang bekerja keras untuk mencapai prestasi kerja yang tinggi, sedangkan orang lain walaupun dia mampu, cakap dan terampil prestasi kerjanya rendah. (3) Alat motivasi apa yang harus diberikan supaya karyawan bersedia bekerja keras. (2001:105)

Dapat disimpulkan motivasi mengandung pengertian sebagai hasrat, dorongan atau kekuatan yang timbul dari dalam diri seseorang, karena adanya daya penggerak (rangsangan) yang menciptakan kegairahan seseorang, sehingga akan memunculkan perilaku-perilaku tertentu seperti adanya kemauan untuk bekerjasama, bekerja efektif dan berintegrasi dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan, baik kepuasan bagi diri sendiri maupun kepuasan bagi perusahaan dalam pencapaian tujuan.



Keberhasilan seorang *public relations* dalam menggerakkan karyawannya terletak pada kemampuannya untuk memahami faktor-faktor motivasi tersebut sedemikian rupa sehingga menjadi daya pendorong yang efektif.

Seorang *public relations* mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan, baik perusahaan milik pemerintahan maupun swasta, yaitu merupakan daya penggerak atau motornya, untuk menggerakkan orang-orang dalam bekerja sama maupun dalam menggerakkan sumber-sumber yang lainnya dengan alat-alat atau fasilitas yang tersedia dalam perusahaan agar pelaksanaan tujuan itu tercapai dengan efisien dan efektif. Kesuksesan seorang *public relations* dalam melaksanakan pekerjaan sangat tergantung kepada keahliannya untuk menggerakkan orang lain dalam hal ini karyawan, untuk bekerja ke arah tercapainya tujuan perusahaan.

Mengingat pentingnya peranan *public relations* dalam kehidupan perusahaan maka menjadi kewajiban utama bagi setiap *public relations* untuk selalu secara terus menerus berusaha mengamati, memahami dan mengarahkan tingkah laku karyawan. Dikatakan penting

karena peran *public relations* itu sendiri adalah sebagai jembatan antara pimpinan dengan bawahan dalam suatu perusahaan.

Berdasarkan pembawaan tentang pentingnya peranan *public relations* dalam perusahaan, dapatlah peneliti kemukakan bahwa kegiatan motivasi tidak akan berhasil tanpa adanya seorang *public relations* yang memiliki sifat-sifat kejujuran yang dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan serta adanya dukungan dari para karyawannya, sehingga memberikan pengertian bahwa keberhasilan seorang *public relations* dalam menggerakkan para karyawan sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam memahami latar belakang para karyawannya untuk memasuki perusahaan dan berusaha mengerti segala macam keluhannya.

#### E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

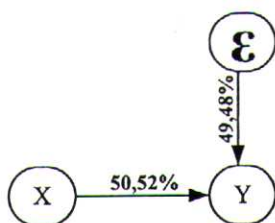
Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu Variabel *Internal Public Relations* sebagai variabel bebas yang diberi simbol X dan Variabel Motivasi Kerja Karyawan sebagai variabel terikat yang diberi simbol Y. Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis variabel *Internal Public Relations* yang diperkirakan memiliki pengaruh besar



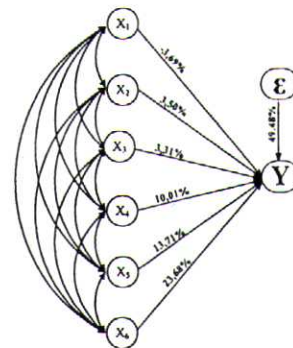
terhadap Motivasi Kerja Karyawan. Rangkaian penelitian ini dilakukan sebagai suatu studi kasus pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah para karyawan tetap pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur, dengan keseluruhan responden sebanyak 110 orang. Selanjutnya kepada responden tersebut diajukan pernyataan-pernyataan penelitian dalam bentuk angket yang merupakan penjabaran dari indikator-indikator yang telah dirumuskan dari variabel *Internal Public Relations* dan variabel Motivasi Kerja Karyawan.

### 1. Pengaruh Langsung Variabel X terhadap Y.



Gambar di atas memperlihatkan bahwa Pengaruh Langsung Variabel X terhadap Y sebesar 50,52%, sementara Pengaruh Langsung Variabel Lain ( $\epsilon$ ) terhadap Y sebesar 49,48%. Sedangkan secara detail gambar di atas dapat diuraikan pada gambar sebagai berikut:



## 2. Pembahasan Hasil Penelitian

### a. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Simultan *Internal Public Relations* terhadap Motivasi Kerja Karyawan.

Besarnya pengaruh *Internal Public Relations* terhadap Motivasi Kerja Karyawan sebesar 50,52%, artinya pengaruh *Internal Public Relations* terhadap Motivasi Kerja Karyawan ini menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai tersebut memperlihatkan bahwa penerapan *Internal Public Relations* yang dilakukan oleh pimpinan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur terhadap Motivasi Kerja Karyawan telah dilakukan dengan penuh kesungguhan. Dalam hal ini pimpinan telah melaksanakan penerapan *Internal Public Relations* sebagai suatu sistem yang memberikan adanya hubungan antar sesama karyawan pada suatu organisasi dengan melakukan komunikasi internal. Dengan demikian variabel *Internal Public Relations* merupakan sarana yang



memberikan dukungan kepada para karyawan bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa pimpinan telah memberikan tugas kepada *Internal Public Relations* terhadap bawahannya agar dapat mengubah dari pola berpikir manual ke pola berpikir rasional berdasarkan aturan dan prosedur kerja yang berlaku di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Hasil penelitian telah menunjukkan tingkat perubahan yang sangat kuat, di mana para karyawan telah melaksanakan tugas sesuai dengan visi dan misi PT Jasa Marga. Penataan sistem di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur telah dilakukan dengan adanya perubahan dari tahun ke tahun guna mendukung visi PT Jasa Marga sebagai BUMN yang sehat dan baik.

Penerapan yang dilakukan *Internal Public Relations* telah dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh para karyawan dan pimpinan, sehingga berpengaruh terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur,

antara lain: tersusunnya jaringan komunikasi dari pimpinan hingga karyawan sehingga perubahan kebijakan dari pimpinan bisa langsung sampai kepada karyawan. Terlaksananya tugas-tugas lain sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang telah ditetapkan oleh Kepala PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Terlaksananya penerapan *Internal Public Relations* telah mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur, sehingga telah memperlancar proses pelaksanaan tugas karyawan secara menyeluruh.

#### **b. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Dimensi Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi (X<sub>1</sub>) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y)**

Pengaruh *Internal Public Relations* melalui Dimensi Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi terhadap Motivasi Kerja Karyawan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, hal ini berdasarkan hitungan statistik dengan besaran angka sebesar - 3,69%. Besaran nilai tersebut menunjukkan bahwa Dimensi Mengkomunikasikan kebijakan direksi tidak memberikan makna cukup penting



bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Rendahnya pengaruh Dimensi Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi terhadap Motivasi Kerja Karyawan ini ditunjukkan oleh tidak adanya fasilitas yang layak untuk bagian humas dalam mengkomunikasikan kebijakan-kebijakan baru dari direksi sehingga tidak bisa menunjang peningkatan Motivasi Kerja Karyawan secara menyeluruh pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur menyatakan bahwa untuk mengkomunikasikan kebijakan direksi melalui rapat kerja belum dapat dilaksanakan karena para karyawan PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur tidak mungkin dengan serempak dapat menghadiri rapat kerja tersebut karena pekerjaan yang dilakukan di perusahaan ini sangat sibuk dan banyak para karyawan yang ditugaskan di lapangan sehingga informasi tentang kebijakan direksi ini pasti akan terlambat dalam penyampaian informasi kepada karyawan. Selanjutnya kebijakan direksi juga tidak mungkin diinformasikan

melalui selebaran karena hampir 75% karyawan PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur bekerja di luar kantor seperti bagian penjaga pintu tol, bagian ambulance, bagian derek mobil dan bagian peninjauan masyarakat binaan. Demikian juga melalui papan pengumuman yang memang sudah dilakukan tetapi kendalanya para karyawan jarang membaca pengumuman maka informasi tersebut tidak sampai kepada seluruh karyawan.

Dengan demikian, menurut pendapat pimpinan cabang dimensi Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi ini belum terlaksana dengan baik oleh Bagian Humas pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

### **c. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Dimensi Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi ( $X_2$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan ( $Y$ )**

Pengaruh *Internal Public Relations* melalui Dimensi Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi terhadap Motivasi Kerja Karyawan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, hal ini



berdasarkan hitungan statistik yang menunjukkan besaran angka 3,50%. Besaran angka tersebut menunjukkan bahwa Dimensi Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi tidak menunjukkan makna berarti pada peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Rendahnya pengaruh Dimensi Menjelaskan perubahan kebijakan direksi terhadap Motivasi Kerja Karyawan tersebut terlihat dari bahwa *Internal Public Relations* belum melaksanakan tugasnya secara terpadu sesuai dengan tingkatannya. Melihat hasil penelitian di atas, tampak bahwa Dimensi Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi yang dilakukan *Internal Public Relations* belum dijalankan secara optimal oleh karyawan dan pimpinan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur, yang terdiri dari indikator: Pertama, indikator Melalui rapat, di mana para karyawan tidak semuanya hadir dalam rapat, sehingga penjelasan mengenai perubahan kebijakan direksi tidak sepenuhnya tersampaikan pada

karyawan. Kedua, indikator Menggunakan surat, di mana bagian humas hanya membagikan kepada sebagian karyawan saja dalam memberikan surat yang berisi mengenai penjelasan perubahan kebijakan direksi. Ketiga, indikator Pertemuan antar unit, di mana para karyawan pada unit yang berbeda sangat jarang melakukan pertemuan untuk membahas kebijakan direksi, hal ini disebabkan padatnya jadwal kerja luar kantor pada unit-unit tertentu. Dengan demikian menurut pendapat pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur Dimensi Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi belum dilaksanakan secara penuh oleh Humas PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### **d. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi (X<sub>3</sub>) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y)**

Pengaruh *Internal Public Relations* melalui Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini berdasarkan hitungan statistik dengan besaran angka 3,31%. Besaran angka tersebut



menunjukkan bahwa Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi memberikan makna penting terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Pengaruh Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan ini ditunjukkan oleh tindakan pimpinan dan karyawan yang selalu menjaga hubungan komunikasi walaupun jarang dilakukan. Melihat hasil penelitian di atas, tampak bahwa Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi yang dilakukan oleh *Internal Public Relations* telah dilaksanakan oleh pimpinan dan karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur yang terdiri dari indikator: Pertama, indikator Secara lisan, di mana para karyawan sering bertemu pada jam sebelum masuk kantor di pagi hari ketika melakukan absen, sehingga membangun jaringan komunikasi diantara karyawan. Kedua, indikator Melalui telepon, di mana para karyawan bisa menggunakan telepon antar unit dengan pemakaian yang tidak terbatas karena memakai line telepon,

seperti ketika kesulitan dalam melakukan pekerjaan para karyawan bisa meminta bantuan kepada rekan kerja melalui telepon sehingga memudahkan karyawan dalam membangun jaringan komunikasi antar unit kerja yang ada. Ketiga, indikator Website, di mana para karyawan bisa mengakses internet agar jaringan website pada PT Jasa Marga bisa terus update. Dengan demikian menurut pendapat pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi telah dilaksanakan secara penuh oleh Humas PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### **e. Pembahasan Hasil Penelitian Dimensi Membantu Proses Restrukturisasi (X<sub>4</sub>) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y)**

Pengaruh *Internal Public Relations* melalui Dimensi Membantu Proses Restrukturisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini berdasarkan hitungan statistik dengan besaran angka 10,01%. Besaran nilai tersebut menunjukkan bahwa Dimensi Membantu Proses Restrukturisasi memberi makna



yang penting bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Tingginya pengaruh Dimensi Membantu Proses Restrukturisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan ditunjukkan oleh *Internal Public Relations* yang membantu proses restruktur organisasi yang lebih cepat dan sehat dalam lingkungan karyawan. Melihat hasil di atas, tampak bahwa Dimensi Membantu Proses Restrukturisasi oleh *Internal Public Relations* sudah dijalankan dengan sepenuhnya oleh pimpinan dan karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur yang terdiri dari indikator: Pertama, indikator Mengembangkan organisasi, di mana para karyawan yang terkena proses restrukturisasi akan membantu proses pengembangan diri karyawan dan juga pengembangan organisasi misalnya para karyawan selalu berlomba untuk mengaktualisasikan dirinya ketika di kantor ada restrukturisasi karena adanya keinginan untuk promosi jabatan. Kedua, indikator Bersikap profesional, di mana para karyawan yang

terkena proses restrukturisasi akan membantu karyawan memiliki sikap yang profesional untuk menjadi lebih baik lagi, misalnya karyawan banyak yang mengajukan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan. Ketiga, indikator Keterampilan karyawan, di mana para karyawan yang terkena proses restrukturisasi akan menambah pengetahuan dan keterampilan karyawan tersebut pada unit yang lain. Dengan demikian menurut pendapat pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur Dimensi Membantu proses restrukturisasi sudah dilaksanakan secara penuh oleh Humas PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### **f. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki ( $X_5$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan ( $Y$ )**

Pengaruh *Internal Public Relations* melalui Dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki terhadap Motivasi Kerja Karyawan menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini berdasarkan hitungan statistik dengan besaran angka 13,71%. Besaran nilai tersebut menunjukkan bahwa Dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki telah memberikan makna



penting terhadap peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Tingginya pengaruh Dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki terhadap Motivasi Kerja Karyawan ini ditunjukkan oleh tindakan pimpinan yang mendorong sesama karyawan yang dilaksanakan oleh *Internal Public Relations* sehingga muncul rasa solidaritas dan kekeluargaan yang cukup tinggi diantara karyawan. Melihat hasil penelitian di atas, tampak bahwa Dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki oleh *Internal Public Relations* telah dijalankan oleh pimpinan dan karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur yang terdiri dari indikator: Pertama, indikator Menjalin Kekeluargaan, di mana pada PT Jasa Marga ada sistem yang mendorong karyawan untuk memiliki rasa kekeluargaan yang tinggi seperti rutinnya diadakan acara famili gathering yang mengikutsertakan keluarga karyawan. Kedua, indikator Adanya kebersamaan, di mana para karyawan telah melaksanakan tugas secara berkelompok dengan

tanggung jawab yang merata. Ketiga, indikator Sikap jujur, di mana para karyawan telah bekerja dengan menunjukkan sikap kejujuran yang tinggi sebagai dasar dari awal bekerja. Dengan demikian, menurut pendapat Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki ini telah dilaksanakan oleh Humas PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### **g. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan ( $X_6$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y)**

Pengaruh *Internal Public Relations* melalui Dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan terhadap Motivasi Kerja Karyawan menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini berdasarkan hitungan statistik dengan besaran angka 23,68%. Besaran nilai tersebut menunjukkan bahwa Dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan telah memberi makna yang penting bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang



Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Tingginya pengaruh Dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan terhadap Motivasi Kerja Karyawan ditunjukkan oleh pimpinan dengan menciptakan lingkungan kerja yang membantu karyawan untuk lebih menyesuaikan diri dengan budaya perusahaan. Melihat hasil penelitian di atas, tampak bahwa Dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan yang dilakukan oleh *Internal Public Relations* telah dijalankan oleh pimpinan dan karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur yang terdiri dari indikator: Pertama, indikator Saling mempercayai, di mana pimpinan dan sesama karyawan memberikan kepercayaan tugas dan wewenang dengan dasar kepercayaan untuk menjalankan tugas tersebut, misalnya pimpinan memberikan tugas kepada karyawannya sesuai dengan keahliannya (profesionalisme). Kedua, indikator Saling membantu, di mana pimpinan dan karyawan akan saling membantu jika target sasaran kerja belum tercapai, karena ketercapaian sasaran kerja berarti

keberhasilan seluruh unit organisasi yang ada. Ketiga, indikator Saling memahami, di mana pimpinan dan karyawan akan memberikan toleran dan saling memahami pada setiap pekerjaan yang ada, sehingga perlu saling bantu dalam menyelesaikan pekerjaan. Dengan demikian, menurut pendapat pimpinan cabang PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan ini telah dilaksanakan oleh Humas PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## F. Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

- a. Secara simultan variabel *Internal Public Relations* telah berpengaruh cukup positif terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur. Dalam hal ini variabel *Internal Public Relations* ini merupakan variabel yang sangat penting dalam meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan dan mampu memecahkan berbagai masalah yang dihadapi pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.



- b. Secara parsial pengaruh dimensi Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi ( $X_1$ ) terhadap motivasi kerja karyawan (Y) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan bahwa dimensi mengkomunikasikan kebijakan direksi tidak memberikan makna cukup penting bagi peningkatan motivasi kerja karyawan di PT. Jasa Marga Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
- c. Secara parsial pengaruh dimensi menjelaskan perubahan kebijakan direksi ( $X_2$ ) terhadap motivasi kerja karyawan (Y) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan menunjukkan bahwa Dimensi Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi tidak menunjukkan makna berarti pada peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
- d. Secara parsial pengaruh dimensi membangun jaringan komunikasi ( $X_3$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y) menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa Dimensi Membangun Jaringan Komunikasi memberikan makna penting terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
- e. Secara parsial pengaruh dimensi Membantu Proses Restrukturisasi ( $X_4$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y) menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa Dimensi Membantu Proses Restrukturisasi memberi makna yang penting bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
- f. Secara parsial pengaruh dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki ( $X_5$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y) menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa Dimensi Meningkatkan Rasa Memiliki telah memberikan makna penting terhadap peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.
- g. Secara parsial pengaruh dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan ( $X_6$ ) terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y) menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa Dimensi Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan telah memberi makna yang penting bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan pada PT.



Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

## 2. Saran

### a. Saran bagi Pengembangan Ilmu:

1) Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut bagi pengembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan *Internal Public Relations* dan Motivasi Kerja Karyawan, terutama yang terkait dengan variabel-variabel di luar variabel *Internal Public Relations*.

2) Penelitian lanjutan diharapkan dapat mendukung hasil-hasil penelitian ini untuk memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi di masa mendatang.

### b. Saran bagi Kegunaan Praktis:

1) Sebaiknya dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan dimensi Mengkomunikasikan Kebijakan Direksi dan Menjelaskan Perubahan Kebijakan Direksi, karena dimensi ini belum dapat dijalankan dengan sepenuhnya oleh pimpinan dan karyawan, sehingga dimensi ini perlu mendapat perhatian PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

2) Diusahakan dilakukan upaya-upaya peningkatan *Internal Public Relations* bagi peningkatan dimensi Membangun Jaringan Komunikasi, Membantu Proses Restrukturisasi, Meningkatkan Rasa Memiliki dan Membantu Terciptanya Budaya Perusahaan bagi peningkatan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur.

### c. Saran bagi Kebijakan:

1) Sebaiknya diterapkan *Internal Public Relations* dengan berorientasi pada petunjuk teknis dan pedoman kerja guna mendukung perbaikan Motivasi Kerja Karyawan secara menyeluruh dan melaksanakan aturan-aturan yang ada pada PT. Jasa Marga.

2) Guna pencapaian hasil kerja yang maksimal, sebaiknya PT. Jasa Marga Cabang Purbaleunyi Kantor Cabang Pasteur memiliki pedoman kerja tersendiri yang berkaitan dengan teknis dan metode penerapan *Internal Public Relations* di PT. Jasa Marga



Cabang Purbaleunyi Kantor  
Cabang Pasteur.

## Referensi

- Abdurahman, Oemi. 1990. **Dasar-dasar Public Relations**. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Al Rasyid, Harun. 1994. **Analisis Jalur (Path Analysis) Sebagai Sarana Statistika Dalam Analisis Kausal**. Bandung: LP3ES Fakultas Ekonomi UNPAD.
- Anggoro, M. Linggar. 2000. **Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia**. Jakarta. Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. **Metode Penelitian untuk Public Relations**. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Cutlip, Scott M., and Center, Allen H., Broom, M., Glen. 2007. **Effective Public Relations**, Ninth Edition, Pearson Education Inc. Jakarta: PT. Prenda Media Grup.
- Effendi, Onong Uchjana. 2002. **Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis**. Bandung. PT Remaja Rosda Karya.
- Jefkins, Frank. 2003. **Public Relations**. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2005. **Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia**. Jakarta : PT Pusaka Utama Grafiti.
- Littlejhon, Stephen W., & Foss Karen A. 2009. **Theories of Human Communication, ninth edition**. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moore, H Frezier. 2000. **Hubungan Masyarakat Membangun Citra Dengan Komunikasi**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Nazir, Mohamad. 2005. **Metode Penelitian**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. **Psikologi Komunikasi**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2001. **Metode Penelitian Komunikasi**. Bandung : PT Remaja Rosda Karya..
- Robbins, Stephen. 1996. **Perilaku Organisasi Jilid I**. Jakarta: PT Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. 1996. **Perilaku Organisasi Jilid II**. Jakarta: PT Prenhallindo
- Ruslan, Rosady. 2005. **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Siagian P, Sondang. 1982. **Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi**. Jakarta : Gunung Agung.
- \_\_\_\_\_. 1989. **Teori Motivasi Dan Aplikasinya**. Jakarta : PT. Rineka Cipta.



- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2002. **Dasar-dasar Public Relations**. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 1997. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: CV Alfabeta.
- Syam, Nina W. 2011. **Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Thoha, Miftah. 1983. **Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya**. Jakarta: CV. Rajawali.
- Tubbs, Stewart, Sylvia Moss. 1996. **Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar**. Buku Pertama. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 1996. **Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar**. Buku Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tyson, Shaun., Tony Jackson. 2001. **The Essence Of Organizational Behaviour: Perilaku Organisasi**. Yogyakarta: Andi.
- Wasesa, Silih Agung, Jim McManara. 2002. **Strategi Public Relations**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Rama
- Yulianita, Neni. 1999. **Dasar-dasar Public Relations**. Bandung. Pusat Penerbitan Universitas (P2U) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (LPPM UNISBA)

\*\*\*